mediametrie

Levallois, le 06 septembre 2007

**COMMUNIQUE DE PRESSE**

# L'audience de l'Internet en France

## Juillet 2007

## Plus forte progression sur un an, les sites vidéo/cinéma marquent le pas en juillet

**Source : Médiamétrie//NetRatings - Domicile et Lieu de Travail – Applications Internet exclues - France - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés**

L'audience des sites appartenant au secteur Vidéo/Cinéma a bondi de 67% en un an de juillet 2006 à juillet 2007, ce qui représente la plus forte progression parmi les 20 sous-catégories de sites les plus importantes en termes d'audience. Toutefois, ce secteur subit les effets saisonniers et marque un peu le pas en juillet avec une audience en baisse de **9,6%** entre juin et juillet.

| | **Juillet 2007** | Juin 2007 | Juillet 2006 | Evolution sur un an |
|---|---|---|---|---|
| Nombre de Visiteurs Uniques de la sous-catégorie Vidéo/Cinéma | **12 034 000** | 13 306 000 | 7 190 000 | + 67,4% |

## La France franchit la barre des 30 millions d'internautes(1)

**Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Juillet 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés**

En juillet 2007, 30 112 000 Français âgés de 11 ans et plus, soit 57,2% de la population âgée de 11 ans et plus, se sont connectés à Internet au cours du dernier mois. La population internaute a progressé de 9% en un an de juillet 2006 à juillet 2007, soit 2 561 000 internautes supplémentaires.

| | **Juillet 2007** | Juillet 2006 | Evolution |
|---|---|---|---|
| Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion. | **30 112 000**<br>**soit 57,2% des Français** | 27 551 000<br>Soit 52,8% des Français | + 9% |

## 94% des internautes à domicile sont connectés en haut débit

**Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Juillet 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés**

22 946 000 internautes, soit plus de 94% des internautes à domicile (94,1%), sont connectés en haut débit à domicile.
Cette population d'internautes est en progression de 23% par rapport à juillet 2006, soit une augmentation de 4 299 000 internautes en un an.

| | **Juillet 2007** | Juillet 2006 | Evolution |
|---|---|---|---|
| Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile **via une connexion haut débit (câble ou ADSL)** au cours du dernier mois. | **22 946 000**<br><br>**soit 94,1% des internautes domicile** | 18 647 000<br><br>Soit 87,3% des internautes domicile | + 23% |

## Plus de 12 millions de foyers français ont accès à Internet

**Source : Médiamétrie / GfK - La Référence des Equipements Multimédias - 2ème Trimestre 2007 - Copyright Médiamétrie et GfK - Tous droits réservés**

Au 2ème trimestre 2007, plus de 12 millions de foyers (46,6%) ont accès à Internet, contre 10,6 millions (41,6%) au 2ème trimestre 2006 soit une progression de 1 389 000 foyers (+13%) par rapport au 2ème trimestre 2006.

| | **2ème trimestre 2007** | 1er trimestre 2007 | 2er trimestre 2006 |
|---|---|---|---|
| Nombre de foyers ayant accès à Internet | **12 022 000**<br><br>**soit 46,6 % des foyers** | 11 776 000<br><br>soit 45,6 % des foyers | 10 633 000<br><br>soit 41,6 % des foyers |

mediametrie // NetRatings

# Le Top 30 des sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues (2)

**Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Juillet 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés**

*Précision sur les classements des sites : Des changements importants sont intervenus au cours du mois de juillet dans la définition du périmètre de TF1 Network, qui n'intègre plus le réseau de Neuf Télécom et qui inclut dorénavant Over-blog et les pages co-brandées avec Alice.*
*Ces changements nécessitant encore certains ajustements sur les sites, le présent communiqué n'inclut pas l'audience de TF1 Network.*

| Rang | Marque (3) | Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4) |
|---|---|---|
| 1 | Google | 21 029 000 |
| 2 | MSN/Windows Live | 14 220 000 |
| 3 | Orange | 13 862 000 |
| 4 | Free | 12 909 000 |
| 5 | Yahoo! | 10 661 000 |
| 6 | PagesJaunes | 10 480 000 |
| 7 | eBay | 9 118 000 |
| 8 | Microsoft | 8 826 000 |
| 9 | Mappy | 7 838 000 |
| 10 | Voila | 7 437 000 |
| 11 | Wikipedia | 7 082 000 |
| 12 | L Internaute Magazine | 6 872 000 |
| 13 | ViaMichelin | 5 953 000 |
| 14 | Skyrock Network (5) | 5 829 000 |
| 15 | aufeminin.com Network (5) | 5 599 000 |
| 16 | La Redoute | 5 567 000 |
| 17 | voyages-sncf.com | 5 556 000 |
| 18 | YouTube | 5 511 000 |
| 19 | 01net. Network (5) | 5 499 000 |
| 20 | Fnac | 5 116 000 |
| 21 | Meteo France | 5 102 000 |
| 22 | AOL Media Network (5) (*) | 5 052 000 |
| 23 | Groupe 3SI | 5 043 000 |
| 24 | Cdiscount.com | 4 869 000 |
| 25 | Doctissimo Network (5) | 4 811 000 |
| 26 | Bestofmedia Network (5) | 4 704 000 |
| 27 | PriceMinister | 4 685 000 |
| 28 | Dailymotion | 4 584 000 |
| 29 | Lycos Europe | 4 547 000 |
| 30 | M6 Network (5) | 4 322 000 |

* Hors AOL Propriétaire

## Le Top 30 des sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet incluses [(2)]

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Juillet 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

| Rang | Marque [(3)] | Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion [(4)] |
|---|---|---|
| 1 | Google | 21 074 000 |
| 2 | MSN/Windows Live | 16 848 000 |
| 3 | Microsoft | 14 938 000 |
| 4 | Orange | 14 392 000 |
| 5 | Free | 12 909 000 |
| 6 | Yahoo! | 10 921 000 |
| 7 | PagesJaunes | 10 480 000 |
| 8 | eBay | 9 118 000 |
| 9 | Mappy | 7 838 000 |
| 10 | Voila | 7 437 000 |
| 11 | Wikipedia | 7 082 000 |
| 12 | L Internaute Magazine | 6 872 000 |
| 13 | AOL Media Network [(5)] | 6 681 000 |
| 14 | ViaMichelin | 5 953 000 |
| 15 | Skyrock Network [(5)] | 5 831 000 |
| 16 | aufeminin.com Network [(5)] | 5 599 000 |
| 17 | La Redoute | 5 567 000 |
| 18 | voyages-sncf.com | 5 556 000 |
| 19 | YouTube | 5 511 000 |
| 20 | 01net. Network [(5)] | 5 499 000 |
| 21 | eMule | 5 349 000 |
| 22 | Fnac | 5 116 000 |
| 23 | Meteo France | 5 102 000 |
| 24 | Groupe 3SI | 5 043 000 |
| 25 | Apple | 4 912 000 |
| 26 | Cdiscount.com | 4 869 000 |
| 27 | Doctissimo Network [(5)] | 4 811 000 |
| 28 | Bestofmedia Network [(5)] | 4 704 000 |
| 29 | PriceMinister | 4 685 000 |
| 30 | Dailymotion | 4 584 000 |

**Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service**
Tous lieux de connexion
Applications Internet exclues (2)

**Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France – Juillet 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés**

| Rang | Marque (3) | Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4) |
|---|---|---|
| 1 | Google | 21 029 000 |
| 2 | MSN/Windows Live | 14 220 000 |
| 3 | Orange | 13 862 000 |
| 4 | Yahoo! | 10 661 000 |
| 5 | PagesJaunes | 10 480 000 |
| 6 | Mappy | 7 838 000 |
| 7 | Voila | 7 437 000 |
| 8 | L Internaute Magazine | 6 872 000 |
| 9 | Skyrock Network (5) | 5 829 000 |
| 10 | aufeminin.com Network (5) | 5 599 000 |
| 11 | La Redoute | 5 567 000 |
| 12 | YouTube | 5 511 000 |
| 13 | 01net. Network (5) | 5 499 000 |
| 14 | AOL Media Network (5) (*) | 5 052 000 |
| 15 | Groupe 3SI | 5 043 000 |
| 16 | Doctissimo Network (5) | 4 811 000 |
| 17 | Bestofmedia Network (5) | 4 704 000 |
| 18 | Dailymotion | 4 584 000 |
| 19 | Lycos Europe | 4 547 000 |
| 20 | M6 Network | 4 322 000 |
| 21 | AlloCine | 4 242 000 |
| 22 | Alice | 4 154 000 |
| 23 | France Televisions | 3 985 000 |
| 24 | commentcamarche.net | 3 981 000 |
| 25 | LeGuide.com Network (5) | 3 007 000 |
| 26 | SFR | 2 809 000 |
| 27 | Prisma Presse (G+J) Network (5) | 2 594 000 |
| 28 | Le Monde | 2 580 000 |
| 29 | Clubic.com | 2 555 000 |
| 30 | Le Journal du Net | 2 221 000 |
| 31 | Cityvox | 2 145 000 |
| 32 | lastminute.com Network (5) | 2 099 000 |
| 33 | Expedia | 2 034 000 |
| 34 | Caradisiac | 2 018 000 |
| 35 | Le Figaro | 1 970 000 |
| 36 | Boursorama Network (5) | 1 953 000 |
| 37 | Alapage | 1 759 000 |
| 38 | Shopping.com Network (5) | 1 684 000 |
| 39 | RATP | 1 532 000 |
| 40 | ZDNet | 1 504 000 |
| 41 | Groupe Express-Expansion Network (5) | 1 461 000 |
| 42 | CNET Networks (5) Entertainment | 1 334 000 |
| 43 | nouvelobs.com | 1 311 000 |
| 44 | seloger.com network (5) | 1 307 000 |
| 45 | RTL Network (5) | 1 118 000 |
| 46 | Le Guide du Routard | 1 084 000 |
| 47 | Evene.fr | 1 074 000 |
| 48 | achetezfacile.com | 1 071 000 |
| 49 | Magicmaman.com NetWork (5) | 1 065 000 |
| 50 | CNET~ | 1 028 000 |

* Hors AOL Propriétaire

# Définitions et Méthodologies

**DEFINITIONS**

[1] **Internautes** : la population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux [6] (lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels que les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis…)

[2] **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

[3] **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

[4] **Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion** : Il s'agit du nombre total d'individus ayant visité une marque (brand) au moins une fois pour la période concernée, quel que soit le lieu de connexion. Les individus ayant visité la même marque plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

[5] **Network** : Le network permet de rassembler sous un niveau unique un ensemble de sites différents réalisés par un même éditeur ou faisant l'objet d'une cession de trafic sous certaines conditions.
Sur chaque page de chacun des sites attachés à ce network, il doit être fait une mention claire de ce network, selon différentes options :
- Mention en haut de page du Network: logo du Network ou petit texte. Il est également possible d'intégrer le nom du Network dans la Brand,
- Mention du Network en bas de page: logo du Network ou petit texte
Cette mention doit être identique sur l'ensemble des pages du site concerné.

[6] **Autres lieux de connexion** : Désigne les lieux de connexion Internet autres que le domicile et le lieu de travail. Les autres lieux de connexion regroupent les lieux privés (chez des amis, parents, …), les lieux d'études (universités, écoles, bibliothèques, …), les lieux publics (cybercafés), ainsi que les ordinateurs en libre-service ou partagés sur le lieu de travail.

**METHODOLOGIES**

## A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie sont la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et multimédia.

Les Observatoires Numériques regroupent les études suivantes :

- La Référence des Équipements Multimédias fournit une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français : équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès Internet.
  Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.

- L'Observatoire des Usages Internet et Téléphonie & Services Mobiles, suit l'évolution de la population internaute et de la population mobile et étudie en détail les usages en matière d'Internet et de téléphonie mobile des Français.
  Réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias... Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

- En complément de l'Observatoire des Usages Internet, les études « Web 2.0 » et « Achat numérique » analysent en profondeur les nouveaux usages Web 2.0 (blogs, flux RSS, podcast,...) et l'impact d'Internet sur l'achat et les marques.

- Les 30 Chiffres Clés de l'Internet pour mieux connaître et appréhender le média Internet, en accédant rapidement et facilement, tous les trimestres, aux indicateurs structurants du média. Les 30 Chiffres Clés sont également déclinés sur des cibles (Femmes, Seniors, etc) ou des secteurs d'activités (Immobilier, Emploi, etc).

## B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 8 500 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

**C/ La Mesure d'Audience de l'Internet Tous Lieux de Connexion en France**

Médiamétrie//NetRatings a développé une méthode exclusive d'évaluation de l'audience tous lieux de connexions. Elle permet d'obtenir une vision exhaustive des pratiques Internet des Français, en prenant pour la première fois en compte les autres lieux de connexion [(6)], en complément du domicile et du lieu de travail.

Cette extension du champ de la mesure est le résultat d'une modélisation statistique élaborée par Médiamétrie ; elle permet d'estimer l'audience Internet réalisée sur les autres lieux.
La modélisation est réalisée à partir des informations de trois études :
- Le panel Médiamétrie//NetRatings.
- L'Observatoire des Usages Internet.
- Une étude développée spécifiquement pour la mesure tous lieux : elle donne, par lieu de connexion, des indications sur le profil et le comportement de la population internaute, telles que la taille, le profil socio-démographique et la fréquence de connexion, ainsi que les catégories de sites visités.

Cette méthodologie unique s'appuie sur l'expertise scientifique des équipes et sur la précision des études de Médiamétrie//NetRatings dans le domaine de la mesure de l'audience de l'Internet. A ce titre, elle fait l'objet d'un dépôt de brevet par Médiamétrie.

***A propos de Médiamétrie***

*Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et électroniques. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet, les Nouveaux Médias et la convergence des médias. En 2006, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 43 millions d'euros avec un effectif de 353 personnes.*

***A propos de Médiamétrie//NetRatings***

*Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise la mesure d'audience de référence de l'Internet en France.*

**Pour toute information presse contacter :**

Nelly Dubner
Tél. : 01 47 58 97 26 - Fax : 01 47 58 09 26
E-mail : ndubner@mediametrie.fr
www.mediametrie.fr